

银行集体筑牢黄金业务风控防线



AI生成

受美联储降息预期、地缘政治、美元信用等多重因素影响，国际金价在5000美元关口反复博弈。金价震荡的同时，“银行金条越来越难买”“金价下跌却买不进”“黄金9:00开卖，9:01售罄”等话题纷纷冲上热搜，这背后，正是多家银行密集收缩贵金属业务风险防线的举措。

分析人士指出，银行对贵金属业务进行整体调整，即剥离高风险经纪类业务，保留低风险、符合自身核心定位的业务，同时通过提高门槛、筛选客户等方式，使留存业务更适配银行的风险承受能力和监管要求。

银行发声催办解约

近日，民生银行发布公告称，当前贵金属市场波动剧烈，为防范市场风险，再次提醒尚未完成贵金属业务解约的个人客户尽快办理延期合约平仓、库存卖出、出金和解约操作。该行将持续推进代理贵金属业务的解约销户工作。

具体来看，这一情况源于民生银行2022年6月21日、2023年1月17日发布的《关于调整代理个人贵金属现货及延期业务交易权限的公告》《关于代理上海黄金交易所个人贵金属买卖业务个人网银交易渠道、柜面、手机银行等交易渠道正常开放，再次提醒尚未完成解约的个人客户尽快办理延期合约平仓、库存卖出、出金和解约操作》。该行已于2022年7月22日下午收市起关闭代理上海黄金交易所个人贵金属现货及延期交易业务的买入及开仓交易功能；于2023年2月1日收市起对无现货库存、无延期持仓的客户进行代理贵金属业务解约销户，客户保证金将自动出金至签约账户。而此次“旧事重提”，也是民生银行再次“催办”尚未解约的个人客户尽快平仓、出金、解约相关业务。

无独有偶，3月17日，邮储银行亦发布《关于停办代理上海黄金交易所个人贵金属买卖业务的公告》，并表示，若截至2026年3月27日0时仍有用户未完成操作，为保障用户账户的安全与权益，该行将对相关账户执行强制平仓或库存卖出操作。强制平仓或库存卖出后的资金，将自动划转至客户代理金账户关联的该行结算账户。

事实上，除上述银行外，平安银行、兴业银行此前也表示，将对上海黄金交易所代理个人贵金属交易业务进行调整。其中，平安银行自2026年4月1日起视情况逐步关闭相关业务权限并退出该业

务。针对存量客户，银行提示需在3月31日前尽快登录“聚金宝”软件或到营业网点办理平仓、库存卖出、资金转出及业务解约等操作。

兴业银行则于2026年2月14日以后关闭代理上海黄金交易所个人贵金属买卖业务个人网银交易渠道、柜面、手机银行等交易渠道正常开放，再次提醒尚未完成解约的个人客户尽快办理延期合约平仓、库存卖出、出金和解约操作。

对此，上海息壤实业有限公司首席分析师蒋舒表示，商业银行代理贵金属业务的收缩，并非由单一市场因素驱动，而是监管导向、行业风险事件叠加银行业务自身特性等多方面共同作用的综合结果。“这一收缩趋势，实际上与金价的涨跌并无直接关联。”蒋舒分析道，国内商业银行涉足贵金属代理业务，源于特定的历史背景。

2007年11月，中国人民银行批准上海黄金交易所通过商业银行向个人客户开放黄金现货延期交易产品；2009年开年，兴业银行在全国范围内向个人客户推出上海黄金交易所黄金现货延期交易产品，成为国内首家代理此类产品的商业银行。此后，多家银行陆续加入。

“但后来，行业内出现了个别风险事件，促使监

管层进一步明确：商业银行的核心定位是稳健经营，不宜跨界开展大宗商品经纪类代理业务，核心目的是防范储户因高风险投资遭受损失，这也成为推动银行贵金属业务收缩的关键‘加速器’。”蒋舒进一步说道，从业务收缩节奏来看，银行的贵金属代理业务在过去五年间始终处于战略收缩阶段。

苏商银行特约研究员武泽伟也认为，这一现象主要源于市场风险、业务性价比与监管合规要求的叠加驱动。从市场风险来看，贵金属价格波动剧烈，带杠杆的延期交易极易出现穿仓风险，个人投资者风控能力相对薄弱，银行作为会员单位需承担清算垫付责任，风险敞口持续扩大。从业务价值来看，代理贵金属交易虽佣金收入有限，却需要银行投入大量资源进行风控和合规管理，进一步压缩了利润空间。此外，监管对于投资者保护的要求不断提升，银行需投入更多成本进行投资者教育和风险监控，这种收益与风险的不对等促使银行重新评估业务价值，主动收缩业务防线以防范潜在风险。

积存金或随行情变化松动

除了直接清退存量客户，退出相关贵金属代理

业务，多家银行也通过限额管理、动态调整点差等方式，对积存金业务频频“踩刹车”，进一步筑牢风控防线。

其中，建设银行明确表示，为进一步做好风险控制，该行将自3月4日起对建行金(含易存金)实施动态交易限额管理；工商银行则在公告中指出，自2026年2月7日起，在周末以及法定节假日等非上海黄金交易所交易日，该行将对如意金积存业务进行限额管理，限额类型包括全量或单一客户单日积存/赎回上限、单笔积存或赎回总量上限等，并进行动态设置，提金不受影响；晋商银行也表示，如遇市场持续剧烈波动，该行将根据实际情况适时调整黄金账户买卖交易点差。

在蒋舒看来，积存金业务是银行面向个人客户为数不多的贵金属相关业务，也是银行不会完全关停的业务，但受过去半年黄金价格波动加剧影响，目前该业务也正处于明显的收紧调整阶段。不过，这种调整属于应对阶段性行情的临时性风控举措，后续有望随着市场行情的变化逐步松动。

“银行收紧积存金业务，也是为配合整个贵金属市场的风险控制要求，形成行业统一的风控节奏。”蒋舒补充道，当前银行对积存金业务的调整方向，主要是提高投资门槛、筛选优质客户，通过设置更高的准入标准，减少因小额投资者短期追涨杀跌引发的亏损纠纷，而非彻底停止业务本身。从本质上看，银行对贵金属业务的整体调整，是剥离高风险的经纪类业务，保留低风险、符合自身核心定位的业务，同时通过提高门槛、筛选客户等方式，让留存业务更适配银行的风险承受能力和监管要求。

武泽伟预判，未来个人贵金属业务将呈现杠杆逐步压降直至取消、业务模式从交易通道向资产配置服务转型、客户适当性管理要求持续提升等特征，引导投资者转向长期资产配置而非短期投机交易。

银行密集调整贵金属业务，会对普通投资者产生哪些影响？武泽伟表示，直接影响主要体现在三个方面：交易灵活性下降、业务准入标准提高、杠杆交易工具不可用。对于存量客户而言，核心是密切关注银行发布的相关公告，严格按照截止日期，及时办理平仓、出金和解约操作。

同时，武泽伟也给出建议，若投资者将黄金作为个人长期资产配置的一部分，可选择实物黄金、积存金或黄金ETF等产品，科学评估自身风险承受能力，避免采用非自有资金进行黄金投资。当前金价在经历短期快速上涨后存在价格波动压力，投资者应对这类风险予以充分关注。

据《北京商报》作者：孟凡霞 周义力

ETF更名倒计时：重塑市场竞争格局的“正名之战”

距离3月31日最后期限仅剩两周，一场涉及全市场超1400只产品、总规模逾5万亿元的ETF“正名之战”就要尘埃落定。

这场命名变革，将终结行业延续多年的“名称红利”时代——过去，谁抢先占住“芯片ETF”“券商ETF”等简称，谁就拥有了先天优势；而从4月1日起，所有ETF将统一采用“投资标的核心要素+ETF+基金管理人简称”的命名格式。

这意味着，ETF竞争从“抢名字”正式切换到“拼品牌”，投资者筛选成本大幅降低的同时，基金公司之间的较量也回归到投研实力、流动性管理和客户服务的本源。

有业内人士感叹：“这是近三年来，对ETF行业影响最深远的一刀。”

从“抢名字”到“拼品牌”

距离ETF“正名”大限还有两周。

根据沪深交易所2025年11月19日发布的修订版业务指南，所有存量ETF必须在2026年3月31日前完成更名，扩位简称统一采用“投资标的核心要素+ETF+基金管理人简称”的命名格式。

记者获悉，更名工作已进入最后冲刺阶段。华泰柏瑞基金3月16日晚间宣布，旗下最后28只ETF完成更名，成为业内率先实现全线产品品牌标识统一的头部机构之一。3月6日，华安基金旗下40只ETF完成最后一批扩位证券简称变更。而易方达基金已于1月率先完成全部117只ETF的规范命名，成为业内首家完成ETF正名的基金公司。

据Wind数据不完全统计，截至3月16日，3月以来已有12家基金管理人公告对旗下156只ETF进行更名。

一家头部基金公司向记者透露：“我们预计下周完成最后一批ETF产品更名。”另一家头部基金公司则表示：“本周将有一批基金更名，赶在月底前全部搞定。”

此外，多家基金公司表示，更名工作已接近尾声。这场从去年11月启动的变革，在最后两周迎来高潮。

在此之前，ETF简称遵循“先到先得”原则——同一简称在沪、深交易所可各有一只，导致投资者仅从名称难以区分产品管理人。比如，市场上同名的“沪深300ETF”，实际分别由华泰柏瑞和嘉实基金管理；医疗ETF、券商ETF、芯片ETF等简洁好记的名称，谁先报批谁就能占据搜索排名的先发位置。这种“同名混战”在ETF数量突破千只后愈演愈烈。

新规彻底终结了这一局面。

“这标志着ETF竞争从抢占‘名称红利’转向比拼‘品牌实力’。”一位大型基金公司指数部负责人向记者打了个比方，“以前是拼谁家孩子名字好听，现在得拼谁家孩子真有本事。”

华泰柏瑞基金对此感触颇深。该公司自2025年初便陆续启动更名工作，从“A500ETF华泰柏瑞”的首次品牌化亮相，到今年1月规模超4000亿元的“沪深300ETF华泰柏瑞”及“红利全家桶”系列产品跟进，再到如今全线产品完成统一标识。值得注意的是，该公司在更名过程中并非简单贴标签——7只产品的投资标的核心要素同步优化，如“港股金

融ETF”变更为“港股通金融ETF华泰柏瑞”，明确投资通道；“现金流ETF全指”变更为“全指现金流ETF华泰柏瑞”，使指数名称与产品简称精准对应。

头部集中化趋势加速

Wind数据显示，3月中旬以来，全市场ETF规模排名前十的基金管理人合计规模约3.68万亿元，占全市场比重超过70%。其中，华夏基金ETF规模为7302亿元，易方达基金为6686亿元，华泰柏瑞基金4230亿元，国泰基金3286亿元，南方、广发、嘉实、博时、富国、华安、华宝等基金公司均超2000亿元。

业内普遍认为，ETF更名将利好大公司，“强者恒强”的格局在更名潮背景下将进一步凸显。

“新规利好大型基金公司。”一家大型基金公司人士分析，“当投资者能清晰识别管理人后，会更倾向于选择规模大、流动性好、品牌信誉高的头部产品。新规实施之后，投资人的行为反而会变得理性——因为大家开始看规模和流动性了，而这正是ETF生态圈良性循环的根基。”

另一位基金公司人士预测：“这次新规可能推动ETF业务头部化，规模向头部集中，最终可能形成易方达基金与华夏基金的双强格局。”

格上基金研究员关晓敏表示，从基金管理人角度看，头部机构的品牌优势得到放大，头部效应更加明显。对于中小管理人来说，品牌识别度不足，在规范化命名后难以与头部机构竞争。

在此背景下，ETF的品牌运营变得至关重要。“没有名称红利后，如何引导客户信任自家ETF系列，变成了重中之重。”一位基金公司人士坦言，“对于品牌较弱的公司，就算手里有款好产品，也可能被强势品牌反超——就像超市里，同样的东西，贴着大牌的标签就是卖得贵、卖得快。”

关晓敏认为，ETF竞争的核心维度将聚焦于产品设计能力，在细分领域进行差异化布局；投研能力，呈现稳定的跟踪表现；运营效率和精细化运营能力；以及成本控制和跨境布局。

也有业内人士预测，更名后头部公司可能发起新一轮降费战，进一步挤压中小机构的生存空间。

对于在宽赛道难以与头部抗衡的中小基金公司而言，更名潮带来了更大的挑战。一位基金业内人士打了个形象的比方：“以前大家都是在同一条街上开店，你家店名叫‘包子铺’，我家也叫‘包子铺’，谁家包子好吃还得尝了才知道。现在好了，招

牌上必须写上‘老字号’和‘新字号’，顾客可能会选‘老字号’。”

“我们没有布局宽基ETF，去年仅成立了一只红利ETF。”一家中型基金公司ETF负责人向记者坦言，“在ETF方面跟大公司打不过，宽基等正面战场拼不赢，所以我们积极布局指增产品，搞点差异化。”这家公司近年来选择避开宽基红海，专注于特色ETF和细分主题产品，试图从侧翼突围。

“中型基金公司与其在宽赛道硬碰硬，不如深耕行业或主题ETF，打造鲜明的特色标签。”一位基金业内人士指出，如科技、消费、ESG、自由现金流等细分领域，仍存在差异化空间。

从“规模扩张”到“质量竞争”

这场“正名之战”的影响远不止于名称本身。

华泰柏瑞基金认为，将管理人标识明确写入名称，意味着机构必须以长期专业行为和可追溯的市场记录接受监督。这有助于压实管理人责任，推动行业竞争从过去单一维度的规模与流动性比拼，升级为涵盖品牌认知、策略深度、风险控制及投资者服务的全方位体系化竞争。

对于投资者而言，更名带来的体验改善正在显现。“以前搜‘芯片ETF’，出来一大堆，根本分不清谁是谁。”一位资深ETF投资者表示，“现在后缀带着公司名，一眼就能认出自己信任的管理人，选基效率高多了。”

汇添富基金指数与量化投资部副总监过蓓蓓从品牌角度阐释：“当指数基金同质化加剧时，我们卖的不只是产品，更是产品设计、产品布局的理念，以及解决方案。”

易方达基金指数研究部总经理庞亚平表示，长远来看，统一、清晰的命名规范有助于ETF市场生态优化，推动行业更高质量发展。“随着存量ETF逐步完成命名调整，产品辨识度将显著提升，投资者筛选成本进一步降低。”

一位业内人士指出，这场涉及全市场1400余只产品、超5万亿元规模的“正名之战”收官在即，但更深层的行业变局才刚刚开始——当名字背后的品牌印记越来越重要，ETF竞争将从“跑马圈地”真正回归到投资管理、客户服务和长期信誉的本源。

“对于品牌较弱的公司，就算手里有款好产品，那就只能用产品和业绩说话，把更多的力气用到投研、流动性管理和客户服务上。”

关晓敏表示，基金销售在推荐同类指数产品时，会更加突出管理人的品牌实力和投研实力，客户端从过去看名字转向看逻辑、看管理人团队。市场将变得更健康、更理性，资金向优质产品和管理人集中。

“随着命名规范的落地，ETF市场进入产品驱动的阶段，对于基金管理人来说，产品无法通过名称包装建立差异化，需持续开发有实质价值的新产品。对于整个市场来说，将会迎来更多创新方向的布局，包括策略创新、资产创新、工具创新等。”关晓敏说。 供稿：《21世纪经济报道》作者：庞华玮

年内200家私募规模跃升 股票策略占比超五成

2026年1—2月，国内股票市场延续强劲态势，震荡上行。数据显示，今年前2个月，合计已有200家私募机构实现管理规模跨档升级。其中股票类策略私募成为绝对主力，百亿私募阵营持续扩容，行业规模持续向优质头部机构集中。

200家私募前2个月完成规模进阶

私募排排网最新数据显示，2026年1—2月，全市场共有200家私募实现管理规模跃升，其中股票策略私募占比过半，达到110家；期货及衍生品策略私募28家，多资产策略私募27家，其余策略私募实现管理规模跃升的数量相对较少。

从单月数据来看，2026年2月，共有18家私募实现管理规模跃升，其中股票策略私募占据主导地位，达12家。在这18家机构中，有4家机构完成百亿跨越，其中鸣熙资本、上海合骥私募、托特(三亚)私募3家为2月新晋百亿私募，旌安投资则凭借规模增长重回百亿私募阵营。

百亿私募总数达126家创历史新高

数据显示，2026年1—2月，共有16家私募机构管理规模跃升至100亿元以上，至此国内百亿私募数量已扩容至126家，创下历史新高。

从机构类型来看，上述16家百亿新晋机构中，2026年1—2月首次跻身百亿阵营的私募有11家，另有5家私募凭借规模增长重回百亿私募阵营，分别为汐泰投资、遂玖私募、洛书投资、展弘投资、申毅投资。

从核心策略分布来看，百亿新晋机构中，股票策略私募占6家，多资产策略私募占5家，期货及衍生品策略私募也有2家机构入围，策略类型呈现多元化特征。其中不乏成立时间较短的机构实现跨越式增长，2025年5月成立的恒毅持盈(深圳)私募基金，直接从0—5亿元规模区间跃升至100亿元以上，成为开年规模跃升幅度最大的机构。

中型私募梯队持续壮大

在头部阵营扩容的同时，私募行业中型梯队也显著壮大。数据显示，2026年1—2月，共有18家私募机构管理规模跃升至50亿元—100亿元区间。

对于开年私募行业密集出现规模跃升的现象，融智投资FOF基金经理李春瑜表示，私募管理规模跃升主要受业绩与行业环境两大核心因素驱动。

在业绩层面，A股市场结构性行情持续，股票等相关策略产品业绩表现突出，尤其是部分策略在震荡市中展现出较好的风险收益比。持续的业绩回报不仅带来了管理规模的内生增长，也显著增强了产品对市场资金的吸引力。

在行业环境层面，私募行业整体进入“良币驱逐劣币”的高质量发展阶段，市场资源向优质私募机构集中，行业“马太效应”持续凸显，具备持续业绩回报能力、合规运营的优质机构，更易获得市场资金的认可。 据《中国基金报》作者：刘明辉